

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai strategi marketing melalui program wakaf di Menang Tour Kota Bengkulu, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Strategi marketing yang diterapkan oleh Menang Tour Kota Bengkulu dilakukan dengan menggunakan a.) collection cannel, b) conten moment marketing, c) tastimony jamaah antar individu, d) relasi pegawai dan agen travel
2. Kendala dalam Penerapan Strategi Marketing Melalui Program Wakaf di Menang Tour Kota, yaitu: a) rendahnya pemahaman masyarakat terhadap program wakaf, b) Kurangnya ketertarikan dan kepercayaan tentang program wakaf , c) strategi kominikasi yang belum efektif.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, peneliti memberikan beberapa saran yang diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan bagi berbagai pihak, yaitu sebagai berikut:

1. Bagi Menang Tour Kota Bengkulu

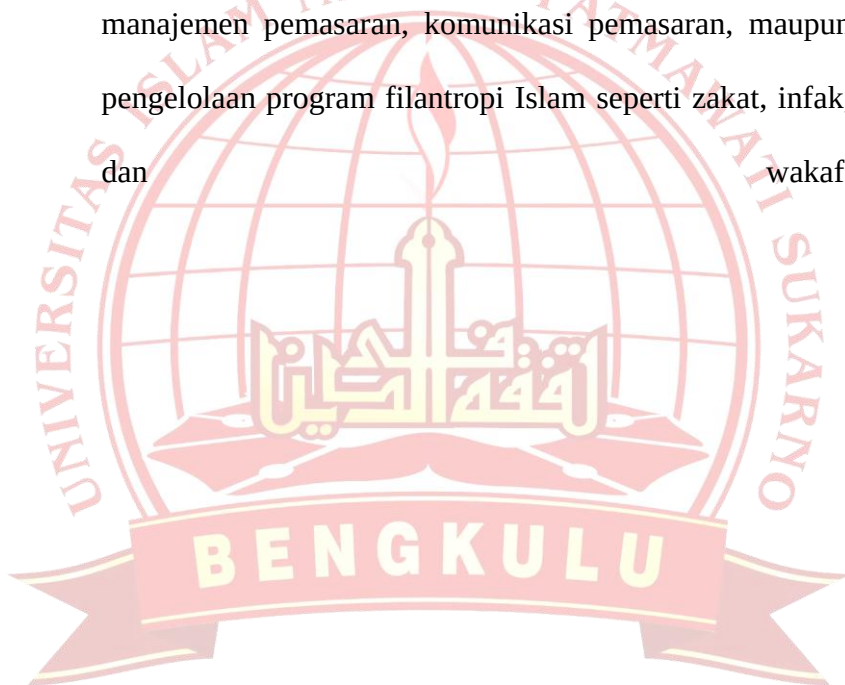
Pihak Menang Tour diharapkan dapat terus mengembangkan strategi marketing yang telah diterapkan, khususnya melalui program wakaf sebagai ciri khas layanan travel. Selain itu, pihak travel juga diharapkan dapat meningkatkan sosialisasi mengenai program wakaf kepada calon jamaah agar masyarakat lebih memahami manfaat serta tujuan dari program tersebut.

2. Bagi Program Studi Manajemen Dakwah

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi salah satu referensi akademik bagi mahasiswa Program Studi Manajemen Dakwah dalam memahami penerapan strategi pemasaran berbasis nilai religius dalam lembaga atau organisasi yang bergerak di bidang keagamaan.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya diharapkan dapat mengembangkan penelitian yang lebih mendalam mengenai strategi pemasaran dalam lembaga travel umroh atau lembaga keagamaan lainnya, baik dari segi manajemen pemasaran, komunikasi pemasaran, maupun pengelolaan program filantropi Islam seperti zakat, infak, dan wakaf.



DAFTAR PUSTAKA

- Al-Ghifari, Husni, 'Strategi Public Relations Pt.Adzikra Dalam Membangun Citra Dan Kepercayaan Calon Jamaah Haji Dan Umrah', 2021
- Ariansyah, Yeni Yuliana, 'Universitas Bina Insan Lubuklinggau Universitas Bina Insan Lubuklinggau', *Jurnal Teknologi Informasi Mura*, 14 (2022), 128
- Aulia, Salwa Afronisa, and Saqyllah Zahra Abdullah, 'Ibadah Umroh', *Paper Knowledge . Toward a Media History of Documents*, 3 (2024), 49–58
- Bahjatulloh, Qi Mangku, 'Pengembangan Wakaf Tunai Berbasis Umrah Di Pondok Pesantren Ta'Mirul Islam Surakarta', *Inferensi*, 7 (2015), 137
- Dalhari, 'Manajemen Wakaf', *At-Tujjar*, 10 (2022), 1–17
- Dito Alif Pratama, Inna Imanestia Habibah, 'Peran Perusahaan Tour & Trevel Dalam Meningkatkan Minat Pariwisata Halal (Studi Pada Esq Tour & Trevel', 2022
- Fauzia, 'Manajemen Komunikasi Pengelolaan Beasiswa Ybm Brilian Regional Office Makassar Untuk Meningkatkan Minat Pendaftar Mahasiswa Di Universitas Hasanuddin', *Accident Analysis and Prevention*, 183 (2023), 153–64
- Firmanda, Dimas Robby, R. Rizal Isnanto, and Ike Pertiwi Windasari, 'Aplikasi Pembelajaran Manasik Haji Dan Umroh Berbasis Android', *Jurnal Teknologi Dan Sistem Komputer*, 4 (2016), 510
- Fitrianingsih, Nur Aini, 'Analisis Strategi Promosi Marketing, Kualitas Produk Terhadap Minat Anggota Untuk Melakukan Simpan Pinjam Di Kspps Bismillah Kendal Cabang Gemuh', 2020

- Gelar Permana, Didik, Ibdalsyah Ibdalsyah, and Rio Erismen Armen, 'Analisis Strategi Pengembangan Wakaf Produktif Di Pesantren Al-Ma'tuq Sukabumi', *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 5 (2022), 1334–50
- H. Muhammad Wahid, Lc, MA, 'Wakaf Tunai Dalam Perspektif Hukum Islam', 1 (2019), 373426
- Hulasoh, Ela, 'Komunikasi Pemasaran Terpadu Umroh Esq Tour Travel Pt. Fajrul Ikhsan Wisata', *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 1 (2018), 32–44
- Indra Bagus Qara, Asnaini, Adi Setiawan, 'Efektivitas Digital Marketing Dalam Pemasaran Paket Umrah Di Pt. Anugerah Quba Mandiri Bengkulu', *Edunomika*, 8 (2024), 1–8
- Kadir, Abdul, Aang Kunaifi, and Zainuddin Zainuddin, 'Strategi Marketing Dalam Meningkatkan Daya Saing Koperasi Di Bmt Sidogiri Capem Waru', *Currency: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 1 (2024), 79–88
- Khairisa, Airin Agasilva, and Ahmad Anas, 'Program Khotmil Qur'an Dalam Meningkatkan Loyalitas Jamaah Di Biro Umrah Azzahro Semarang', *Al Qalam: Jurnal Ilmiah Keagamaan Dan Kemasyarakatan*, 19 (2025), 1315
- Maldina, Nurul Mubarak dan Eriza Yolanda, 'Strategi Pemasaran Islami Dalam Meningkatkan Penjualan Pada Butik Calista', *I-Economic*, 3 (2017), 20
- Milyatama, Farah Ardita, and Christian Kuswibowo, 'Analisis Strategi Promosi Biro Jasa Perjalanan Haji Dan Umrah Pada Pt Kafilah Maghfirah Wisata Jakarta Timur', *Prosiding Seminar Nasional Manajemen Industri Dan Rantai Pasok*, 4 (2023), 170–79

Nissa, Choirun, 'Sejarah, Dasar Hukum, Dan Macam-Macam Waqaf', *TAZKIYA: Jurnal Keislaman, Kemasyarakatan & Kebudayaan*, 2014, 95–105

Rahman, Fudhail, Fakultas Syariah, Hukum Jakarta Jl, Kata Kunci, and Pendahuluan Term-term, 'Fudhail_Wakaf'

Rasyid, Fathor, *Metodologi Penelitian Kualitatif Dan Kuantitatif Teori, Metode, Dan Praktek, Jawa Timur: IAIN Kediri Press*, 2022

Resya Dwi Marselina, Alya Putri Agustina, Indah Siti Aulya, Juliana, 'Strategi Pemasaran Melalui Jaringan Bisnis Untuk Meningkatkan Penjualan Buku Doa Pada Percetakan Cv. Aslan Grafika'

Solikhan, Annas, 'Strategi Pemasaran Program Umroh Sebagai Upaya Peningkatan Jumlah Jamaah Umroh Pada Pt Jgrup Amanah Wisata Kabupaten ...', *Fenomena*, 03 (2023)

Sugiyono, *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R & D*, 2020

Suhendi, Hendi Hendi, 'Optimalisasi Aset Wakaf Sebagai Sumber Dana Pesantren Melalui Pelembagaan Wakaf (Studi Kasus Pelembagaan Wakaf Pesantren Baitul Hidayah)', *Tahkim (Jurnal Peradaban Dan Hukum Islam)*, 1 (2018), 1–20

Tamaulina, *Metodologi Penelitian Sosial: Teori Dan Praktik*, *STAIN Kediri Press: Jawa Timur*, 2024

Ust. Heri putra efendi, S, Sos.I, *Ditujukan Ke 081-1414-1919*, 2024 and empirical study. *International Journal of Cultural and Social Science*, 7(1), 2025.

- Rifas, A. H., & Nushtih, M. N. M. Islamic ethical guidance for marketing and digital marketing: A study based on 7 Ps marketing model. *El-Qish: Journal of Islamic Economics*, 5(1), 2025, hlm. 1–12.
- Lubis, I. S., & Marpaung, M. Maqasid-Al-Shariah as a strategic management lens for digital governance in halal value chains. *Digital Innovation: International Journal of Management*, 3(1), 2025.
- Lestianingsih, E. N., Ahyani, H., Muharir, M., Lathif, A. M. M., Lousada, S. A. N., Mutmainah, N., & Atiqoh, U. Maqāsid al-Sharī'ah al-Shatibi in the digital era: Contemporary perspectives on halal lifestyle and technology in Indonesia. *Al-Mawarid Jurnal Syariah dan Hukum*, 7(1), 2025.
- Algifari, M. A., & Andrini, R. Maqasid syariah dalam pengembangan ekonomi Islam (Analisis komprehensif dan implementasi). *Journal of Sharia Economics Scholar (JoSES)*, 2024.
- Salim, S. I. A., Roslan, N. H., Cheumar, M. T., Salim, S. S. H., & Ansari, N. H. Islamic business ethics in the digital era: Maqasid al-Shariah perspectives. *Journal of Management & Social Science*, 2(5), 2025, hlm. 159–165.
- Masnur, M., Syaefulloh, S., Hidayat, H., Hamsal, H., & Majid, A. Analisis konsep dan aplikasi maqashid syariah dalam pengelolaan keuangan syariah. *Syarikat: Jurnal Rumpun Ekonomi Syariah*, 8(2), 2025.